

BAB II

TEORI DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian telah dilakukan untuk menguji variabel-variabel lain terhadap AJB Bumiputera 1912, sebagai berikut :

Penelitian yang dilakukan oleh Malelak (2015) dengan judul “Pengaruh Faktor Sosio-Demografi, Motif Menabung Dan Financial Literacy Terhadap Permintaan Asuransi Jiwa”. Teknik analisis yang digunakan adalah Partial Least Square (PLS) diperoleh kesimpulan bahwa tingkat pendidikan dan status pernikahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan asuransi jiwa di Surabaya, sedangkan jumlah tanggungan, pendapatan, motif menabung dan financial literacy memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan asuransi jiwa di Surabaya.

Penelitian yang dilakukan oleh Elrangga (2016) dengan Judul “Analisis Pengaruh Tingkat Pendapatan, Jumlah Tanggungan Keluarga, Tingkat Pendidikan, Usia, Dan Lokasi Perumahan Terhadap Permintaan Kredit Kepemilikan Rumah Bank BTN (Studi Kasus Kota Malang Tahun 2014)”. Teknik analisis yang digunakan adalah metode Ordinary Least Square (OLS) diperoleh kesimpulan bahwa variabel pendapatan, pendidikan, usia dan lokasi perumahan berpengaruh positif signifikan terhadap permintaan KPR. Sedangkan jumlah tanggungan keluarga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap permintaan KPR.

Relevansi dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah membahas tentang permintaan sebagai variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini yakni pendapatan nasabah yang mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Malelak. Kemudian menambahkan variabel usia dan beban tanggungan keluarga yang mengacu pada penelitian Elrangga. Namun, Elrangga membahas tentang permintaan Kredit Pemilikan Rumah. Sedangkan penelitian ini membahas tentang Permintaan Asuransi Mitra Beasiswa di Kantor Unit Layanan Administrasi Singosari. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

B. Teori dan Kajian Pustaka

1. Hukum Permintaan

Dalam praktiknya, permintaan masyarakat terhadap suatu barang atau jasa dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Diantaranya adalah sebagai berikut :

- a. Harga barang itu sendiri
- b. Harga barang lain
- c. Pendapatan rata-rata masyarakat
- d. Selera masyarakat
- e. Jumlah penduduk
- f. Ramalan keadaan di masa mendatang.

Hukum permintaan merupakan suatu hipotesa yang berbunyi: “Jika harga suatu barang turun, maka permintaan terhadap barang tersebut bertambah, sebaliknya jika harga suatu barang naik, maka permintaan terhadap barang tersebut berkurang” (asumsi *ceteris paribus* atau hal-hal lain dianggap tetap). Jadi, antara harga barang atau jasa dengan permintaan mempunyai sifat hubungan yang negatif atau berlawanan arah. Hal tersebut sangat logis karena jika harga suatu barang atau jasa naik, maka pembeli akan mencari barang lain sebagai barang pengganti yang harganya tidak mengalami kenaikan, atau jika pendapatan nominal konsumen tetap tetapi harga barang atau jasa mengalami kenaikan, maka pendapatan riil konsumen akan menurun. Sehingga, konsumen akan mengurangi permintaan terhadap barang atau jasa tersebut. Sebaliknya apabila harga turun, maka konsumen akan mengurangi pembelian terhadap barang lain dan menambah pembelian terhadap barang atau jasa yang harganya mengalami penurunan.

Bentuk fungsi permintaan yang sederhana dapat ditulis sebagai berikut :

$$Q_{dx} = f(P_x)$$

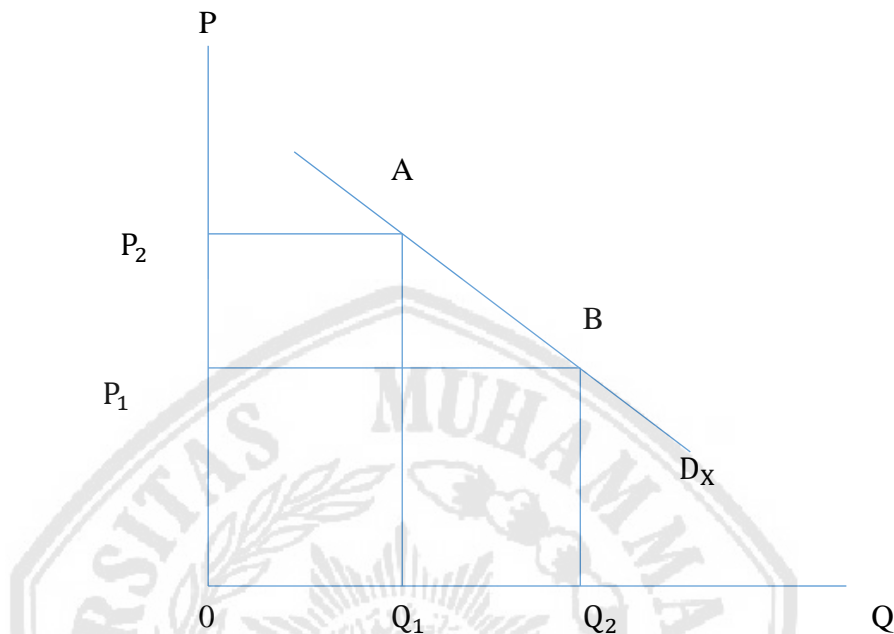
Dimana :

Q_{dx} : Jumlah barang X yang diminta

P_x : Harga barang X

Kurva Permintaan

Gambar 2.1 Kurva Permintaan



Sumber : Nuraini, 2013

Dari gambar di atas, dapat diketahui bahwa kemiringan kurva permintaan adalah negatif. Artinya bahwa hubungan antara harga barang atau jasa dan jumlah barang atau jasa yang diminta adalah berlawanan arah. Hal ini berarti, apabila harga barang atau jasa turun dari P_2 ke P_1 maka jumlah barang atau jasa yang diminta akan bertambah sebesar Q_2 . Begitu juga sebaliknya, apabila harga barang atau jasa naik (P_2), maka jumlah barang atau jasa (Q_1) yang diminta akan berkurang.

2. Perilaku Konsumen

Konsumen adalah pembeli barang atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Permintaan konsumen akan menentukan barang atau jasa macam apa yang harus diproduksi oleh produsen atau pengusaha dan berapa

jumlahnya serta berapa biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi barang atau jasa tersebut dan pada tingkat harga berapa barang tersebut harus dijual.

Untuk memberi penjelasan perilaku konsumen dalam menentukan permintaan tersebut, orang menggunakan titik tolak konsep utilitas (daya guna). Menurut pendekatan daya guna ini, setiap barang atau jasa mempunyai daya guna atau memberikan kepuasan kepada konsumen yang menggunakan barang atau jasa tersebut. Jadi, jika seorang konsumen meminta suatu jenis barang atau jasa, pada dasarnya yang diminta adalah daya guna (utilitas) barang atau jasa tersebut.

a. Pendekatan Kardinal (Marginal Utility)

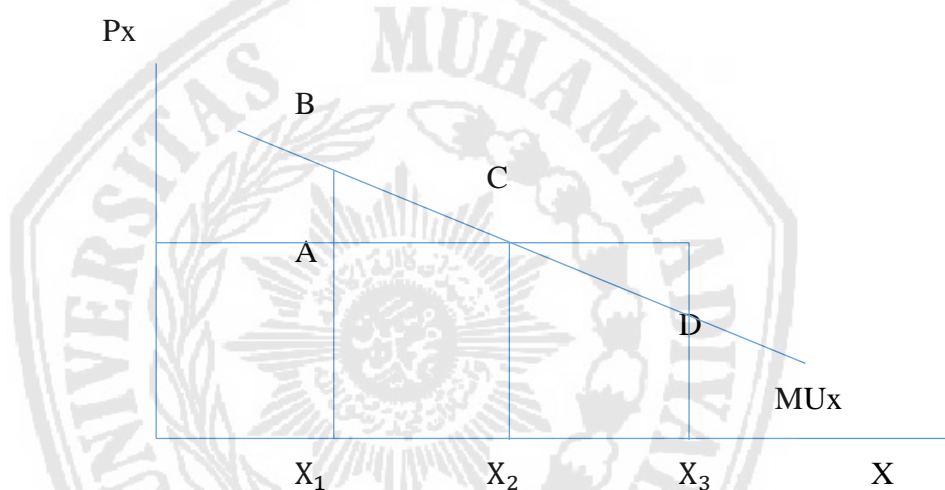
Pendekatan Kardinal atau disebut dengan pendekatan guna batas (Marginal Utility). Menurut pendekatan ini, kepuasan konsumen dari mengkonsumsi barang atau jasa dapat dihitung dengan angka-angka, uang atau menggunakan satuan lainnya.

Kepuasan atau kegunaan dari mengkonsumsi barang atau jasa dinamakan nilai guna (utility). Tinggi rendahnya utility suatu barang tergantung dari subjek yang memberikan penilaian. Jadi, sesuatu barang akan mempunyai arti atau nilai bagi seseorang apabila barang tersebut mempunyai nilai guna baginya. Besar kecilnya nilai guna suatu barang terhadap seseorang tergantung dari preferensi konsumen yang bersangkutan (Nuraini, 2013).

Teori nilai guna kardinal dikemukakan oleh seorang ekonom aliran Australia (Heinrich Gossen 1854, Stanley Jevons 1871 dan Leon Warlas 1894) hanya berlaku dengan beberapa asumsi yaitu :

- 1) Nilai guna dapat diukur
- 2) Konsumen bersifat rasional
- 3) Konsumen bertujuan untuk memaksimumkan utilitasnya.

Gambar 2.2 Kurva Marginal Utility



Pada gambar 1.2 dapat diketahui bahwa harga barang X setinggi P_x . Apabila konsumen mengkonsumsi barang di bawah X_2 maka konsumen belum mencapai kepuasan maksimum sebab masih terdapat sisa dana untuk dibeli barang atau jasa, sehingga kepuasannya meningkat (pergeseran dari titik A ke titik B). sedangkan jika tingkat konsumsi sebesar X_3 , maka pembelian 1 unit X akan memberi kepuasan sebesar X_3 D.

Dengan demikian, kepuasan maksimum yang dicapai adalah

$$P_x = MU_x$$

Dimana :

MU : Marginal Utility

P : Harga barang

X : Jenis barang yang dikonsumsi

Jika barang yang dikonsumsi lebih dari satu macam, maka kepuasan maksimum sebagai berikut:

Tabel 2.1 Marginal Utility Barang X dan Barang Y

Barang X	MU _x	Barang Y	MU _y
1	80	1	60
2	70	2	55
3	60	3	50
4	50	4	44
5	40	5	32

Sumber : Nuraini (2013)

Dari tabel 2.1 diketahui bahwa apabila konsumen mempunyai pendapatan Rp4.000.000,- ia ingin mengkonsumsi dua macam barang yaitu X dan Y. harga barang X Rp 100.000,- per unit dan harga barang Y Rp 100.000,- per unit. Agar konsumen memperoleh kepuasan yang maksimum maka konsumen dapat

mengalokasikan uangnya sedemikian rupa. Untuk itu, konsumen harus mengkonsumsi barang yang dibutuhkan terlebih dahulu.

Jika dilihat dari tabel 1.1 konsumen akan membeli barang X yang nantinya akan memberikan kepuasan yang maksimu sebesar 80 satuan kepuasan. Yang kedua dibelikan barang X lagi dengan tingkat kepuasan 70, artinya lebih tinggi dari barang Y yang tingkat kepuasannya sebesar 60. Kemudian yang ketiga, konsumen dapat memilih antara mengkonsumsi barang X atau Y karena tingkat kepuasannya sama yakni 60 satuan kepuasan, dan seterusnya.

b. Pendekatan Ordinal (Indifference Curve)

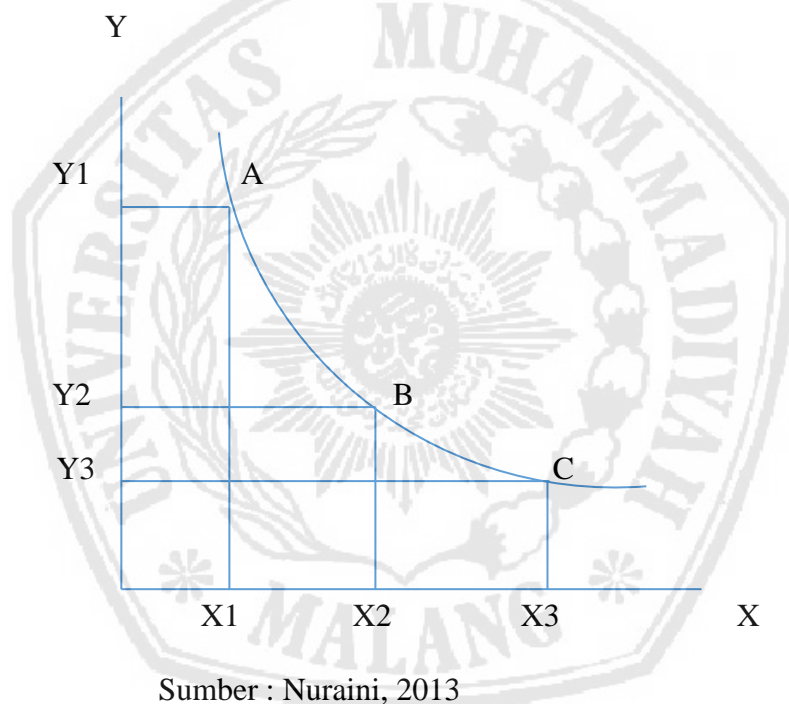
Pendekatan Ordinal ini dikemukakan oleh J. Hicks dan R.J. Allen (1934), bahwa tingkat kepuasan seseorang dari mengkonsumsi barang atau jasa tidak dapat dihitung dengan uang atau angka satuan lainnya, tetapi dapat dikatakan lebih tinggi atau lebih rendah (dengan skala ordinal seperti ke-1, ke 2, ke 3, dan seterusnya).

Asumsi yang digunakan dalam pendekatan ordinal adalah asumsi rasionalitas. Dengan dana dan harga pasar tertentu, konsumen dianggap selalu akan memilih kombinasi barang yang akan mendatangkan nilai guna atau kepuasan maksimal. Asumsi kedua yaitu konsumen dianggap mempunyai informasi yang sempurna atas uang yang tersedia baginya serta informasi harga-harga yang ada di pasar. Asumsi ketiga yaitu konsumen perlu mempunyai preferensi yang disusun atas dasar besar kecilnya nilai guna, walaupun besarnya nilai

guna itu sendiri secara absolut tidak perlu diketahui. Maka untuk menganalisis nilai guna tersebut digunakan kurva indefferen. Kurva indefferen merupakan kurva yang menunjukkan kombinasi konsumsi atau pembelian macam dua barang dari seorang konsumen yang memberikan tingkat kepuasan yang sama.

Bentuk kurva indefferen sebagai berikut :

Gambar 2.3 Kurva Indefferen



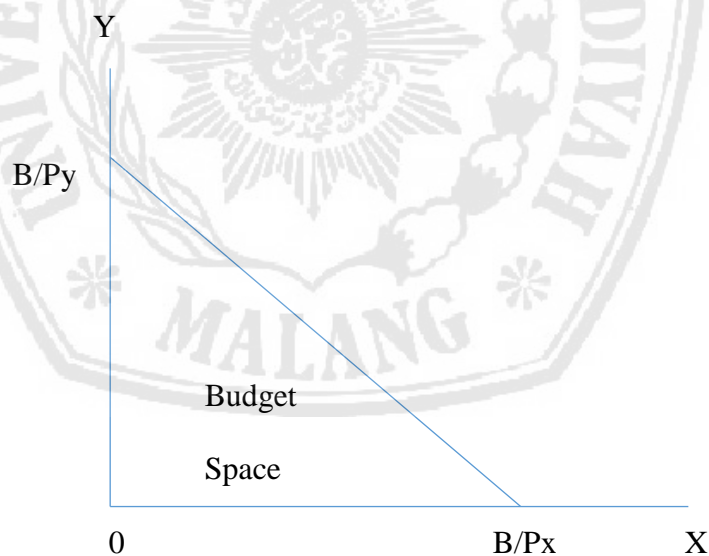
Sumber : Nuraini, 2013

Kurva indefferen menggambarkan kemauan yang ingin diperoleh konsumen berupa kegunaan atau kepuasan (utility) dalam membeli barang dan jasa. menggambarkan kombinasi barang dan jasa yang dibeli dengan pendapatan tertentu dan kepuasan yang sama. Artinya titik kombinasi mana saja yang dipilih sepanjang kurve tersebut, kepuasan yang diperoleh akan sama.

c. Garis Anggaran

Pada dasarnya setiap orang menginginkan konsumsi yang banyak dan berkualitas tinggi. Namun keinginan tersebut tidak akan selalu terpenuhi karena pengeluarannya dibatasi oleh anggaran yang dimiliki. Untuk menentukan permintaan tersebut, orang menggunakan garis anggaran (budget line) untuk menunjukkan kendala dari setiap konsumen. Misalkan seorang konsumen menghabiskan semua pendapatannya pada komoditas X dan Y. Untuk mencapai keseimbangan, konsumen harus memaksimalkan kegunaan dengan mengacu pada garis anggaran.

Gambar 2.4 Kurva Garis Anggaran Konsumen



Sumber : Nuraini (2013)

Gambar 2.4 menunjukkan kombinasi komoditas X dan Y yang dapat dibeli oleh konsumen, dengan pendapatan dan harga tertentu dari kedua komoditi. Jika konsumen membelanjakan semua pendapatannya,

maka ia berada di garis anggaran dengan persamaan $B = P_x \cdot X + P_y \cdot Y$, sebab jika di bawah garis anggaran maka anggaran tersisa atau $P_x \cdot X + P_y \cdot Y < B$ yakni pada daerah anggaran belanja (budget space). Oleh karena itu, dalam analisa konsumen menghabiskan seluruh anggarannya, maka konsumen akan memiliki suatu titik pada garis anggaran tersebut untuk menghasilkan utilitas maksimal.

3. Penawaran

Untuk mewujudkan transaksi dalam pasar, analisis permintaan saja belumlah cukup. Untuk itu, perlu ada analisis penawaran. Permintaan akan terwujud apabila ada barang atau jasa yang disediakan oleh penjual (penawaran). Dalam menawarkan barang dan jasa di pasar, penjual biasanya akan memperhatikan beberapa faktor, diantaranya :

- a. Harga barang itu sendiri
- b. Harga barang-barang lain
- c. Biaya untuk memperoleh faktor produksi
- d. Teknologi yang digunakan
- e. Intervensi pemerintah, termasuk pajak
- f. Tujuan – tujuan dari perusahaan tersebut
- g. Keadaan alam

1) Hukum Penawaran

Hukum penawaran pada dasarnya menjelaskan sifat hubungan antara harga barang atau jasa dengan jumlah barang atau jasa yang ditawarkan. Hukum penawaran mengatakan bahwa “apabila

harga suatu barang meningkat maka jumlah barang yang ditawarkan akan bertambah, sebaliknya apabila harga suatu barang menurun maka jumlah barang yang ditawarkan akan berkurang” (dengan asumsi *ceteris paribus*) atau hal-hal lain dianggap tetap.

2) Fungsi Penawaran

Menurut Nuraini (2013) Fungsi penawaran menunjukkan hubungan matematis antara variabel bebas dengan variabel terikat. Fungsi Penawaran dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Q_{sx} = f(P_x)$$

Q_{sx} = jumlah barang X yang ditawarkan

$f(P_x)$ = harga barang X

Fungsi tersebut dapat dijelaskan bahwa besar kecilnya jumlah barang X yang ditawarkan akan tergantung dari harga barang X itu sendiri.

4. Pengertian Asuransi

Asuransi dalam Undang-Undang No. 2 Th 1992 tentang usaha perasuransian adalah perjanjian antara dua pihak atau lebih, di mana pihak penanggung mengikatkan diri kepada tertanggung, dengan menerima [premi](#) asuransi, untuk memberikan penggantian kepada tertanggung karena kerugian, kerusakan atau kehilangan keuntungan yang diharapkan atau tanggung jawab hukum pihak ke tiga yang mungkin akan diderita tertanggung, yang timbul dari suatu peristiwa yang tidak pasti, atau memberikan suatu pembayaran yang didasarkan atas meninggal atau hidupnya seseorang yang dipertanggungkan.

Selain itu, menurut Otoritas Jasa Keuangan (OJK), definisi asuransi adalah perjanjian antara penanggung dan tertanggung yang mewajibkan tertanggung membayar sejumlah premi untuk memberikan penggantian atas risiko kerugian, kerusakan, kematian, atau kehilangan keuntungan yang diharapkan, yang mungkin terjadi atas peristiwa yang tak terduga.

Jenis-jenis asuransi :

a. Asuransi Jiwa Perorangan

- 1.) Mitra Beasiswa
- 2.) Mitra Permata
- 3.) Mita Melati
- 4.) Mita Cerdas
- 5.) Mita Sehat
- 6.) Mita Warisan Plus
- 7.) Mita Proteksi Mandiri
- 8.) BP Smart

b. Asuransi Jiwa Kumpulan

- 1.) Asuransi Kredit
- 2.) Asuransi Ekawaktu
- 3.) Asuransi Kecelakaan
- 4.) Mitra Madicare
- 5.) Program kesejahteraan karyawan
- 6.) Asuransi idaman

5. Produk Asuransi Mitra Beasiswa

Mitra Beasiswa merupakan program yang memberikan perlindungan anak dan menjamin pembiayaan pendidikan anak sepenuhnya, mulai dari taman kanak-kanak hingga perguruan tinggi, terlepas dari perubahan keadaan keuangan.

Asuransi Jiwa Mitra Beasiswa dirancang untuk memberikan proteksi biaya pendidikan bagi para orang tua untuk anak-anaknya sesuai dengan jenjang pendidikannya. Anak juga berhak mendapatkan perlindungan dengan tetap menerima dana beasiswa bahkan ketika orang tuanya sebagai pemegang polis meninggal dunia.

Manfaat asuransi mitra beasiswa sebagai berikut :

- a. Apabila tertanggung masih hidup atau meninggal dunia, Dana beasiswa anak dibayarkan pada saat periode asuransi berakhir.
- b. Dana Kelangsungan Belajar (DKB) dibayarkan secara bertahap sesuai dengan tingkat umur anak, baik tertanggung hidup ataupun meninggal dunia.
- c. Apabila tertanggung meninggal dunia, maka akan dibebaskan untuk membayar premi.
- d. Apabila premi dibayarkan secara penuh setelah jumlah premi diperhitungkan maka pengembalian premi bagi polis jika tertanggung meninggal dunia.
- e. Santunan meninggal dunia sebesar 100% dibayar sepenuhnya dari uang pertanggungan.

- f. Apabila tertanggung meninggal dunia, pada saat habis kontrak atau penebusan polis maka berhak untuk mendapatkan Reversionary Bonus.

Persyaratan asuransi mitra beasiswa :

- a. Seseorang bisa menjadi pemegang polis apabila sudah menikah atau minimal berusia 21 tahun. Pemegang polis belum tentu menjadi tertanggung, pemegang polis dan tertanggung harus ada keterkaitan atau hubungan antara istri, suami maupun anak yang kandung.
- b. Masa pertanggungan asuransi yakni batas maksimal usia 17 tahun dan minimal 2 tahun. Pembayaran premi dalam mata uang rupiah yang dapat dibayar setiap bulan, triwulan (3 bulan), semesteran (6 bulan) , tahunan, bahkan bisa dibayar sekaligus, tahunan,
- c. Asuransi dapat diperoleh melalui pemeriksaan kesehatan (medical) atau tanpa pemeriksaan kesehatan (non medical). Untuk non medical, masa observasinya yakni dua tahun, kecuali apabila mengalami musibah seperti kecelakaan atau terserang penyakit yang sudah dinyatakan dokter maka masa observasi tersebut tidak berlaku.
(www.bumiputera.com).

6. Pendapatan Masyarakat

Menurut Nuraini (2013) Pendapatan masyarakat sebagai pembeli merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan permintaan terhadap berbagai jenis barang atau jasa yang dapat digolongkan menjadi dua yaitu barang normal dan barang inferior. Barang normal yaitu barang yang mengalami kenaikan permintaannya apabila terjadi kenaikan dalam

pendapatan konsumen, sedangkan barang inferior yaitu barang yang permintaannya mengalami penurunan jika terjadi kenaikan dalam pendapatan konsumen. Barang inferior dianggap jelek oleh masyarakat.

C. Hubungan Antar Variabel

1. Hubungan Antara Pendapatan dengan Permintaan Asuransi

Menurut Sudarman (1998) faktor pendapatan merupakan faktor penentu yang penting dalam permintaan suatu barang. Pada umumnya, semakin besar pendapatan atau penghasilan maka semakin besar pula permintaan.

Menurut Sukirno (1994) berdasarkan sifat perubahan permintaan, apabila pendapatan berubah ada 4 kasus barang, yaitu :

a. Barang Esential atau Barang Pokok

Barang esential atau barang pokok adalah barang yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat. Permintaan barang ini tidak banyak berubah meskipun pendapatan berubah.

b. Barang Inferior

Barang inferior adalah barang yang banyak diminta oleh orang berpendapatan rendah. Jadi, apabila pendapatan bertambah maka permintaan akan barang ini akan berkurang.

c. Barang Normal

Barang normal adalah barang-barang yang jumlah konsumsinya bertambah seiring dengan pendapatan konsumen yang meningkat.

d. Barang Superior atau Barang Mewah

Barang superior atau barang mewah adalah barang yang banyak diminta orang-orang kaya. Jadi, apabila pendapatan bertambah maka permintaan atas barang ini juga bertambah.

Ditunjukkan oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Malelak (2015) bahwa bila berbicara mengenai hubungan antara pendapatan asuransi tentu hal tersebut akan menunjukkan hubungan yang positif. Karena pada hakikatnya seseorang dengan pendapatan yang besar memiliki kelebihan uang yang bisa dialokasikan untuk keperluan yang lebih banyak lagi, salah satunya untuk asuransi. Pendapatan memiliki hubungan yang positif dengan permintaan asuransi. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Elrangga (2016) menyatakan bahwa tingkat pendapatan berpengaruh signifikan dan positif terhadap jumlah permintaan KPR. Besarnya pendapatan menunjukkan besarnya daya beli seseorang sehingga perubahan pendapatan mempengaruhi kesanggupan seseorang untuk memiliki rumah.

2. Hubungan Antara Usia Nasabah Dengan Permintaan Asuransi

Menurut Ganie (2013) terdapat tujuh faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk mengikuti program asuransi yaitu usia, pendidikan, pekerjaan, jenis kelamin, penghasilan, gaya hidup, dan sebaran penduduk. Begitu juga dengan Mulyadi (2011) ia mengatakan bahwa terdapat tujuh faktor yang mempengaruhi masyarakat mengikuti

program asuransi yaitu pendidikan, usia, pekerjaan, gaya hidup, penghasilan, sebaran penduduk, jenis kelamin, dan gaya hidup.

Ditunjukkan oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Elrangga (2016) bahwa usia berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan kredit kepemilikan rumah. Apabila usia seseorang bertambah maka pola pikir mereka juga lebih tinggi, sehingga pihak bank menjadikan faktor usia sebagai bahan pertimbangan untuk memberikan kredit kepemilikan rumah.

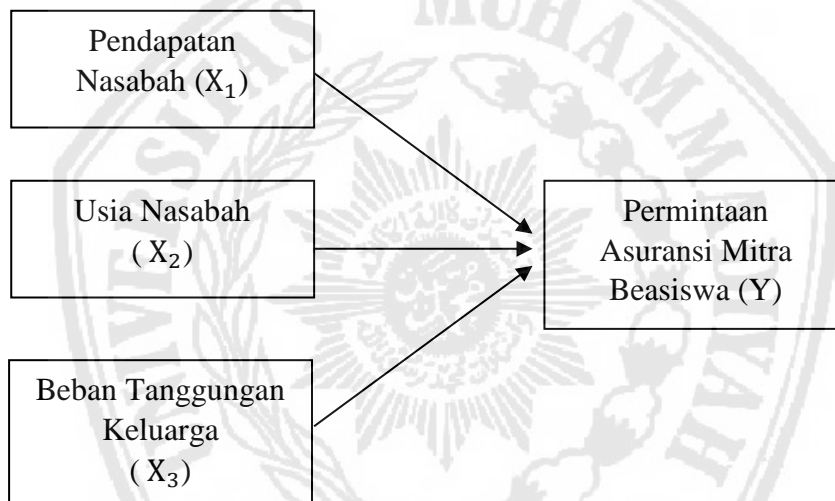
3. Hubungan Antara Beban Tanggungan Keluarga dengan Permintaan Asuransi

Jumlah tanggungan merupakan jumlah anak dan anggota keluarga lain. Seluruh biaya hidupnya menjadi tanggung jawab responden yang diukur dengan satuan jumlah orang. Semakin banyak jumlah tanggungan keluarga, maka semakin tinggi jumlah pengeluarannya. Jumlah anggota keluarga menentukan jumlah kebutuhan keluarga. Semakin banyak anggota keluarga berarti semakin banyak jumlah kebutuhan keluarga yang harus dipenuhi sehingga cenderung mendorong untuk bekerja guna memenuhi kebutuhan ekonomi keluarganya. Alokasi yang akan digunakan untuk membayar kredit akan menjadi berkurang (Elrangga, 2016).

D. Kerangka Pemikiran

Kerangka pikir dibuat untuk memberikan gambaran penelitian yang akan dilakukan yaitu mengenai analisis permintaan asuransi mitra beasiswa pada asuransi jiwa bersama bumiputera 1912 di Kantor Unit Layanan Administrasi Singosari.

Secara sistematis, kerangka pemikiran penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



E. Hipotesis

Hipotesis untuk penelitian adalah sebagai berikut :

- H_1 : Diduga ada pengaruh antara pendapatan nasabah terhadap permintaan asuransi mitra beasiswa di Kantor Unit Layanan Administrasi Singosari.
- H_2 : Diduga ada pengaruh antara usia nasabah terhadap permintaan asuransi mitra beasiswa di Kantor Unit Layanan Administrasi Singosari.
- H_3 : Diduga ada pengaruh antara beban tanggungan keluarga terhadap permintaan asuransi mitra beasiswa di Kantor Unit Layanan Administrasi Singosari.

